

08

ได้รับบทความ : 22/07/2566 | แก้ไขบทความ : 01/09/2566 | ตอบรับบทความ : 04/09/2566
Received : 22/07/2023 | Revised : 01/09/202 | Accepted : 04/09/2023



ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธา และความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

HALAL: Identity Existence of Faith and Beauty to the Context of Muslim's Fashiony

วรารณ์ สัมปao¹ และ อนุชา แป้งเกษร²

Waraporn Sampao¹ and Anucha Pangkesorn²

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปและการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร / ผู้รับผิดชอบบทความ (อีเมล: sampao1981@gmail.com)

² ศาสตราจารย์ ร.ด.อ. ดร. อนุชา แป้งเกษร สาขาวิชาศิลปและการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ PhD candidate, program in Culture - Based Design Arts, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Thailand / Corresponding Author (E-mail: sampao1981@gmail.com)

² Assoc.Prof.Pol.Capt.Anucha Pangkesorn (PhD), Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล 2) ศึกษาการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่น 3) ออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาในบริบทปัจจุบัน โดยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำศาสนา นักวิชาการมุสลิม นักออกแบบ และสตรีมุสลิมที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภค รวมไปถึงการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคของสตรีมุสลิม ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่วมกับกระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นสตรีมุสลิม และเพื่อให้ได้แนวทางและทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิม

ผลการวิจัยพบว่า 1) วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล การแต่งกายจะเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับหลักศาสนาเป็นความงามในบริบทฮาลาล งามแบบมีคุณค่าและความดีงาม เป็นเสน่ห์แห่งการปกปิด คือ การปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักการศาสนา 2) การดำเนินชีวิตของสตรีมุสลิมจากวัฒนธรรมและความร่วมสมัยในปัจจุบัน เน้นความเรียบง่าย รูปแบบเสื้อผ้าต้องมีลักษณะที่สามารถปรับให้ใส่ได้ในหลายโอกาส โครงชุดต้องมีลักษณะหลวมไม่เน้นสัดส่วนและต้องมีความร่วมสมัย โทนสีที่เลือกใช้จะต้องเป็นโทนสีคล้ายกันทั้งชุดหรือเป็นกลุ่มสีที่ไม่ตัดกันและต้องมีเอกลักษณ์ของศิลปะวัฒนธรรมแบบมุสลิม 3) การออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาในบริบทปัจจุบัน มีรูปแบบเสื้อผ้า คือ เสื้อกับกางเกง เสื้อกับกระโปรง และชุดติดกันเป็นหลัก เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน การเดินทางในระบบขนส่งสาธารณะ ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในการออกแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาในบริบทปัจจุบันนั้น มุมมองความงามสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิมได้ และในทางศาสนาให้ความสำคัญในการแต่งกายเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการปกป้องให้ผู้หญิงมีความปลอดภัย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยค้นพบองค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาวิจัย คือ ปัจจัยออกแบบแฟชั่นฮาลาล (HALAL Factors) สำหรับให้นักออกแบบนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายมุสลิมในบริบทอื่น ๆ ได้

คำสำคัญ : ฮาลาล, อัตลักษณ์, ความศรัทธา, ความงาม, แฟชั่นสตรีมุสลิม

Abstract

The objectives of this research were; 1) to study Muslim women's halal dress culture, 2) to study Muslim women's dress culture and religious principles relating to fashion design, and 3) to design Muslim women's fashion that respects current religious beliefs. This development research employed a mixed-method for data collection. The qualitative research was conducted through interviews with a sample population of religious leaders, Muslim scholars, designers, and 400 female Muslim consumers in Bangkok. The collected data on the needs and preferences of Muslim women were analyzed and together with fashion design principles, they determined the guidelines and theories for designing Muslim women's fashion.

The findings revealed that 1) Muslim women's halal dress culture is following religious principles and is regarded as a valuable aspect of beauty and virtue, and according to religious principles, the charm of concealment helps prevent harm, 2) Muslim women's current lifestyle culture focuses on simple dress styles which must be adaptable to several occasions. The shape of the dress must be loose without emphasizing body proportions, the design must be contemporary, the color scheme must either be the same tone for the entire dress or of non-contrasting colors, and must be adorned by signs of Muslim art and culture, and 3) the design of Muslim women's fashion which conforms to current religious beliefs resulted in the creation of shirts, pants, skirts, and dresses. The designs considered daily activities such as the type of work and the use of public transportation. It can be concluded that Muslim women's fashion designs respecting current religious beliefs can be perceived as beautiful and its concealing nature ensures a woman's safety. The Research discovered new knowledge of halal factors which designers can apply to design Muslim wear for others.

Keywords : HALAL, Identity, Faith, Beauty, Muslim women's fashion

บทนำ

ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ระหว่างสังคม และระหว่างชาติพันธุ์ รวมถึงการแพร่กระจายแนวคิดพหุลักษณะทางสังคมและความหลากหลายอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมการแต่งกาย

เมื่อพิจารณาถึงการเพิ่มขึ้นของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามจากรายงานของศูนย์วิจัยพิว (Pew Research Center) พบว่า ในประเทศสหรัฐอเมริกา คาดว่า ในปี พ.ศ.2593 หรือในอีก 30 ปีข้างหน้าโลกจะมีประชากรประมาณ 9.3 พันล้านคน (หากสถิติการเพิ่มของประชากรโลกยังอยู่ในอัตราปัจจุบันเมื่อเทียบกับสถิติของปี พ.ศ. 2553) และจะมีจำนวนประชากรมุสลิมกับชาวคริสต์ในสัดส่วน 2.8:2.9 พันล้านคน (30%:31%) นอกจากนี้หากพิจารณาเรื่องการนับถือศาสนา พบว่า ในปี พ.ศ. 2553 ศาสนาคริสต์มีผู้นับถือมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือประมาณร้อยละ 31 ของประชากร หรือประมาณ 2.2 พันล้านคน ซึ่งคิดเป็นหนึ่งในสามของประชากรโลกที่มีอยู่ 6.9 พันล้านคน ส่วนศาสนาอิสลามมีผู้นับถือเป็นอันดับสอง คือ 1.6 พันล้านคน หรือร้อยละ 23 (วาทีณี บุญชะลิกษ์, 2562) และในประเทศไทยโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร พบว่า ในปีพ.ศ. 2561 จากประชากรทั้งหมด 6,355,100 คน ผู้นับถือศาสนาอิสลามมีจำนวน 260,559 คน ประกอบด้วย เพศชาย 123,495 คน และเพศหญิง 137,064 คน (กองสถิติสังคมสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้เห็นได้ว่า การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมที่เป็นลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบ ความกลมเกลียว ความมีศีลธรรมอันดี เป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ โดยเฉพาะในยุคที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วรวมถึงกระแสเสรีนิยมที่คนต่างมองว่า การแต่งกายของสตรีมุสลิมที่แสดงออกให้เห็น สื่อถึงความแตกต่างทางสัญลักษณ์กับการตีความหลักศาสนาและการต่อรองกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์ ที่ยังคงอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิม ทั้งนี้เมื่ออัตลักษณ์มุสลิมท้องถิ่นเติบโตในชุมชนมุสลิม และเผชิญหน้ากับอัตลักษณ์ต่างวัฒนธรรม จนเกิดการหล่อหลอมผสมผสานขึ้น เป็นตัวอย่างของการหลอมรวมของอัตลักษณ์มุสลิม เช่น การคลุมฮิญาบแต่สวมเสื้อรัดรูปตามแฟชั่น อย่างไรก็ตามยังมีมุสลิมในประเทศไทยและทั่วโลกที่ต่างรู้สึกหวงแหนอัตลักษณ์เดิมซึ่งเป็นแรงผลักดันในการกอบกู้อัตลักษณ์เดิมกลับคืนมา และแนวทางการตอบโต้ คือ การกลับไปศึกษารากเหง้าของศาสนาและใช้เทคโนโลยีความทันสมัย

จากตะวันตกเป็นเครื่องมือในการตอบโต้ หรือการแสดงออกอย่างมุสลิมโลกในปัจจุบัน (ฮาฟิซ
สาและ, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ Siti Hasnah and Harmimi Harun (2016, p.476) ที่กล่าวว่า
สตรีมุสลิมในประเทศกำลังพัฒนามีวิวัฒนาการมาจากการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมไปสู่วิถีชีวิต
สมัยใหม่ เนื่องจากผู้หญิงมีการศึกษามากขึ้น ทำงานและมีรายได้มากขึ้น ในฐานะที่เป็นสตรี
มุสลิมสมัยใหม่ที่มีความซับซ้อน พวกเธอได้เปลี่ยนแปลงตัวเองในการแต่งกายและสวมฮิญาบ
ในขณะที่การปฏิบัติตามระเบียบการแต่งกายของศาสนาเป็นผลให้แฟชั่นผู้หญิงมุสลิมที่สวม
ชุดแฟชั่นกับผ้าคลุมศีรษะ (ฮิญาบ) ที่เข้าชุดกันกำลังเฟื่องฟู รูปแบบการแต่งตัว แรงจูงใจด้าน
แฟชั่นความเป็นเอกลักษณ์ของแฟชั่น และแหล่งความรู้ด้านแฟชั่นเข้ามามีอิทธิพลเชิงบวกต่อ
จิตสำนึกด้านแฟชั่นและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการบริโภคแฟชั่นฮิญาบ ปัจจุบันประเทศมุสลิม
ส่วนใหญ่ยอมรับความเป็นสากลของอิสลาม ซึ่งเปิดโอกาสให้สตรีมุสลิมได้แสดงออกถึงความ
เป็นตัวของตัวเองผ่านแนวความคิดทางแฟชั่นสมัยใหม่กับความหลากหลายรูปแบบของเครื่องแต่งกาย
และสีสันทันสมัยขึ้นด้วยชุดแบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม

นริศรา สือไพศาล (2558, น.7-8) ได้กล่าวไว้ว่า หัตถ์ของสตรีมุสลิมชาวไทยที่อาศัย
อยู่ในกรุงเทพมหานคร แต่ละคนต่างมีมุมมองที่แตกต่างกันในเรื่องของศาสนบัญญัติ ทั้งในเรื่อง
การแต่งกายรวมถึงข้อบัญญัติการใช้ชีวิตในแง่มุมต่าง ๆ สำหรับปัจจุบันในประเทศไทยผู้นับถือ
ศาสนาอิสลาม หรือประชากรชาวมุสลิมมีสัดส่วนที่น้อยกว่าผู้นับถือศาสนาพุทธ (กองสถิติสังคม
สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ชาวมุสลิมในประเทศไทยจำเป็นต้องปรับ
ตัวในหลาย ๆ แง่มุม โดยเฉพาะผู้หญิงมุสลิมที่มีการแสดงออกทางอัตลักษณ์ทางศาสนาทั้งใน
แง่การดำเนินชีวิตและการแต่งกายซึ่งเป็นส่วนที่แสดงให้เห็นจากภายนอก

จากความเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของสตรีมุสลิมทั่วโลกในความร่วมสมัยและการแต่ง
กายที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม หากพิจารณาในเรื่องของการปรับตัว ผู้ที่ปรับตัว
ก่อนย่อมมีทางเลือกได้มากกว่า ทางเลือกที่สามารถออกแบบได้จากการนำหลักการแต่งกาย
ตามหลักศาสนามาประยุกต์ใช้กับความร่วมสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่เมื่อใด
ก็ตามที่ไม่มีการปรับตัวเมื่อถึงจุดหนึ่งก็จะต้องมีการปรับตัว และเรื่องการแต่งกาย
ก็จะมีทางเลือกที่น้อยลง จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญในการนำเรื่อง
ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิมมาเป็นกรณี
ศึกษาตัวอย่าง เนื่องจากเรื่องแฟชั่นเครื่องแต่งกายมุสลิมตามวิถีฮาลาล สตรีมุสลิมยุคใหม่ทั่ว
โลกได้ออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพมากขึ้น โดยเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วทั้งโลกมุสลิม
นอกจากเหตุผลดังกล่าวแล้ว ในมุมมองด้านศิลปวัฒนธรรมจากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศ
ที่สังคมมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยมีบทบัญญัติ
ที่มีความยืดหยุ่นและมีความประนีประนอมระหว่างจารีตประเพณีของแต่ละศาสนา ผู้วิจัยจึง

มีความประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการแต่งกายที่สอดคล้องกับบริบทของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน แต่ยังคงแสดงถึงความตระหนักในหลักการแต่งกายตามหลักศาสนาอิสลามที่เป็นอัตลักษณ์ การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัย ฮาลาล : อัตลักษณ์และการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม ผู้วิจัยมีประเด็นในการศึกษา คือ

1. ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล
2. ศึกษาการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการแต่งกาย เพื่อนำมากำหนดแนวทางออกแบบแฟชั่น
3. ออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามในบริบทแฟชั่นมุสลิม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างสตรีชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากร มีการศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้นำศาสนา นักวิชาการมุสลิม นักออกแบบและสตรีมุสลิมที่เป็นผู้บริโภค (การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม) และ 2) กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ สตรีมุสลิมอายุระหว่าง 25 - 60 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (กลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม)
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งเน้นศึกษาเนื้อหา หลักคำสอน บทบัญญัติ ความเชื่อ วัฒนธรรมอิสลาม หลักการแต่งกายของสตรีมุสลิม และวิถีชีวิตที่มีผลต่อการแต่งกายของสตรีมุสลิมในปัจจุบัน รวมถึงแนวคิดทฤษฎีด้านการออกแบบ องค์ประกอบทางแฟชั่นในบริบทฮาลาล เพื่อนำมาสร้างสรรค์อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธา ความงามของการแต่งกายของสตรีมุสลิม และเป็นต้นแบบในการกำหนดข้อมูลองค์ประกอบทางแฟชั่นในบริบทฮาลาล เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบต่อไปในอนาคต

นิยามศัพท์เฉพาะ

ฮาลาล หมายถึง รูปแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่อยู่ในกรอบหลักการแต่งกายของศาสนา

เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม หมายถึง เสื้อ กางเกง กระโปรง ผ้าคลุมผม (ฮิญาบ) และ ชุดกระโปรงติดกัน

แฟชั่นมุสลิม หมายถึง รูปแบบเครื่องแต่งกายสตรีกับการใช้งาน เช่น ชุดทำงาน ชุด ล่าลอง และชุดสังสรรค์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้แนวทางการแต่งกายของสตรีมุสลิมในปัจจุบันที่สะท้อนให้เห็นถึงการกำหนด แนวทางการออกแบบแฟชั่น ตามบัญญัติของศาสนาในแง่มุมมองความงามทางสุนทรียะกับ ความงามในบริบทฮาลาล
2. ได้แนวทางองค์ประกอบการออกแบบแฟชั่นมุสลิม (Fashion Elements) ที่เป็นต้นแบบการพัฒนา รูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่ตอบโจทย์ปัจจัยวิถีการดำเนินชีวิตสตรีมุสลิม ปัจจุบัน
3. ได้รูปแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ผ่านมุมมองความงามการดำรง อยู่ของความศรัทธาในวิถีการดำเนินชีวิตของสตรีในสังคมเมืองปัจจุบัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ฮาลาล : อัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่ บริบทแฟชั่นมุสลิม เป็นการทําวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการทําวิจัยเชิง ปริมาณ (Quantitative Research) โดยการค้นคว้าเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหลักคำสอน บทบัญญัติ ข้อปฏิบัติในการแต่งกายตามหลักศาสนา ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่ง กายของสตรีมุสลิมจากฐานสู่ฐาน การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ช่วงที่ 1 การทบทวน วรรณกรรม การสัมภาษณ์โดยการจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทาง ด้านศาสนา ผู้นำศาสนา โดยใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ การศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล ในขั้นตอนนี้ได้รวบรวมข้อมูลเชิง คุณภาพเพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยสำหรับนำไปสอบถามกับสตรีมุสลิมกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ใน เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์นำไปใช้ใน ขั้นตอนกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ช่วงที่ 2 การลงพื้นที่ เก็บข้อมูลแบบสอบถามจากสตรีมุสลิมกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสอบถามวิถีชีวิต พฤติกรรมและ ปัจจัยที่มีผลต่อการแต่งกายของสตรีมุสลิม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ในขั้นตอนนี้ได้ มีการทดลองหาโครงร่างของชุดจากการนำเสนองานในนิทรรศการ “หลงเสน่ห์” ช่วงที่ 3 การ ทดลองเพิ่มเติมจากการสร้างสรรค์ คือ การนำอัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิม คือ การ

คลุมฮิญาบ โดยผู้วิจัยได้นำผ้าที่ใช้ผลิตฮิญาบไปเพิ่มนวัตกรรมการตกแต่งสำเร็จผ้าที่ยังเชื่อ
แบบที่เรีย เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้การผลิตภัณฑ์ ช่วงที่ 4 การดำเนินการสร้างสรรค์
ผลงานออกแบบแฟชั่นการแต่งกายสตรีมุสลิม ผ่านอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและ
ความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิมบริบทปัจจุบัน โดยการนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงที่
1 และช่วงที่ 2 มาวิเคราะห์และเปรียบเทียบเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการออกแบบที่สะท้อนให้
เห็นบริบทของวิถีชีวิต เจตคติ และโลกทัศน์ของสตรีมุสลิมจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยได้
ข้อมูลสำคัญ คือ ปัจจัยข้อห้ามเชิงจารีต 3 ประการได้แก่ 1) สวมใส่ชุดที่ปกปิดเอวระหังเห็น
ได้เฉพาะใบหน้าและฝ่ามือ 2) ไม่ให้เห็นสีผิว 3) ไม่เน้นสัดส่วน จากปัจจัยข้อห้าม จึงนำมาเข้า
สู่กระบวนการออกแบบโดยคำนึงถึงปัจจัย 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้น และนำมาเชื่อมโยงกับ
องค์ประกอบการออกแบบแฟชั่น (ดังภาพที่ 1)

กลุ่มช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี จัดอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชั่นเอเชีย(Generation Asia) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมืองเกิดและโตในยุคที่เอเชียมีบทบาทในตลาดโลก มีความคิดแบบหัวก้าวหน้า เป็นผู้สนับสนุนกระแสแนวโน้มต่าง ๆ รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์และบุคลิกของตน ไม่ยึดติดที่ตราสินค้า นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเหล่านี้มาเป็นตัวแปรสำหรับการออกแบบ โดยองค์ประกอบการออกแบบหลักร่วมกัน คือ ความร่วมสมัย โอกาสในการสวมใส่ (Occasion) เป็นรูปแบบที่มีความคล่องตัว เป็นรูปแบบชุดตามโอกาสการสวมใส่โดยผู้วิจัยได้แบ่งไว้ดังนี้ ชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business-Casual) ร้อยละ 70 ชุดสังสรรค์ (Party-Wear) ร้อยละ 15 และชุดออกกำลังกาย (Activewear) ร้อยละ 5 โดยมีโครงร่างเงาของชุดเป็นรูปทรงเอไลน์ (A-Line) และรูปทรงสี่เหลี่ยมหน้าจั่ว (Trapeze-Line) (ใจภักดี บุรพเจตนา, 2560)

ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในช่วงที่ 2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในสังคมเมือง และปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระดับอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี (ร้อยละ 45.5) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 52.0) ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 60.75) อาชีพส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ (ร้อยละ 33.25) และส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 32.83)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมือง ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามมีการใช้จ่ายในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในแต่ละเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท/เดือน (ร้อยละ 79.6) ความถี่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าจำนวน 2-3 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 74.8) สถานที่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าคือ ร้านค้าปลีก (Street Vendor) (ร้อยละ 49.5) ส่วนใหญ่สตรีมุสลิมเลือกเนื้อผ้า คือ ผ้าฝ้าย มากที่สุด (ร้อยละ 41.37) ความนิยมในการสวมใส่ประเภทเสื้อ/กางเกง มากที่สุด (ร้อยละ 69.0) รองลงมาเป็นชุดกระโปรงติดกัน (ร้อยละ 20.5) และเสื้อ/กระโปรง (ร้อยละ 9.75) ตามลำดับ การเลือกเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากที่สุด (ร้อยละ 60.4) การให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านเครื่องแต่งกายสตรีมากที่สุด (ร้อยละ 93.1) การให้ความสนใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าที่สามารถปรับใส่ในโอกาสต่าง ๆ ได้มากที่สุด (ร้อยละ 96.7) การเลือกซื้อชุดที่ผสมผสานศิลปะวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมมากที่สุด (ร้อยละ 91.7) รูปแบบการแต่งกายในชีวิตประจำวันเป็นแบบเรียบง่าย (Simplicity) (ร้อยละ 78.4) รูปทรงของชุดเป็นแบบทรงหลวม (ร้อยละ 70.1) สีที่เลือกในการเลือกซื้อชุดเป็นสีคล้ายกันทั้งชุด (ร้อยละ 85.6) การเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีมุสลิมในปัจจุบันคือ แต่งตามกระแสแฟชั่นมากที่สุด (ร้อยละ 51.75) แต่ง

แบบเครื่องวัดตามหลักศาสนา และแต่งตามหลักศาสนาบ้างเป็นบางครั้ง มีสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 41.5) การสวมฮิญาบสตรีมุสลิมส่วนใหญ่ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม (ร้อยละ 99.0) และสามารถบอกได้ว่าการแต่งกายตามหลักศาสนาที่ถูกต้องคือ หลวมไม่เน้นสัดส่วน (ร้อยละ 85.2) และสตรีมุสลิมกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีบุคลิกภาพเป็นคนง่าย ๆ รังสับ (ร้อยละ 63.5) เป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด (ร้อยละ 62.75) และสนใจในศิลปะวัฒนธรรมและให้ความสำคัญกับของที่มีเอกลักษณ์ (ร้อยละ 57.75)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ด้านผลิตภัณฑ์

ประเด็น	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation, SD)	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. ตราสินค้า (Brand)	9.25 (37)	17.5 (70)	42.0 (168)	15.25 (61)	16.0 (64)	2.89	1.152	ปานกลาง
2. ความประณีตในการถักทอและตัดเย็บ	29.25 (117)	40.25 (161)	25.5 (102)	3.25 (13)	1.75 (7)	3.92	0.911	มาก
3. วัตถุดิบคุณภาพดี เช่น เนื้อผ้า วัสดุประกอบที่เลือกใช้	36.0 (144)	43.5 (174)	18.25 (73)	1.5 (6)	0.75 (3)	4.13	0.810	มาก
4. สินค้าได้รับการันตีมาตรฐานคุณภาพ เช่น สีไม่ตก สีไม่เปลี่ยน	46.75 (187)	40.75 (163)	11.3 (45)	0.7 (3)	0.50 (2)	4.33	0.742	มากที่สุด
5. รูปแบบ/การออกแบบ (Design)/ความร่วมสมัยของสินค้า	35.5 (142)	39.25 (157)	21.0 (84)	2.0 (8)	2.25 (9)	4.04	0.921	มาก
6. ลวดลาย/สีสันท	26.25 (105)	35.0 (140)	28.25 (113)	7.25 (29)	3.25 (13)	3.74	1.030	มาก
7. การดูแลรักษาง่าย	42.5 (170)	39.0 (156)	16.25 (65)	1.5 (6)	0.75 (3)	4.21	0.820	มากที่สุด
8. ผ้ามีคุณสมบัติพิเศษ (Function Textile) เช่น การป้องกันไรฝุ่น การมีกลิ่นหอม การมีผิวสัมผัสที่นุ่ม	29.75 (119)	32.75 (131)	28.0 (112)	7.75 (31)	1.75 (7)	3.81	1.006	มาก

ประเด็น	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation, SD)	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
9. ผ้าที่คุณสมบัติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Textile) เช่น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ ย้อมสีธรรมชาติ	27.5 (110)	32.5 (130)	32.5 (130)	5.5 (22)	2.0 (8)	3.78	0.977	มาก

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล¹

จากตารางที่ 1 การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า สตรีมุสลิมให้ความสำคัญมากที่สุดกับสินค้าได้รับการันตี มาตรฐานคุณภาพ เช่น สีไม่ตก สีไม่เปลี่ยน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาได้แก่ การดูแลรักษาง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และ วัสดุคุณภาพดี เช่น เนื้อผ้าวัสดุประกอบที่เลือกใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ ทั้งนี้ยังพบว่า การให้ความสำคัญกับตราสินค้า (Brand) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89

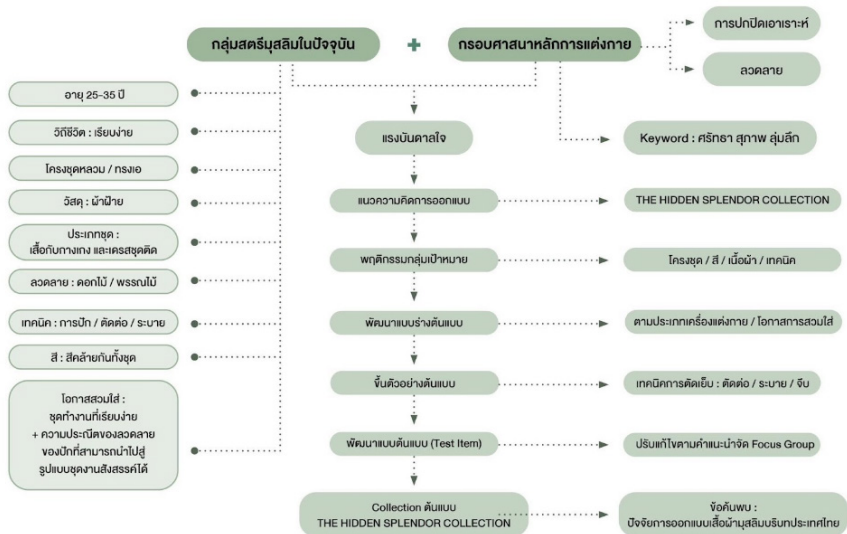
ตารางที่ 2 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ด้านราคา และด้านรูปแบบเสื้อผ้า

ประเด็น	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation, SD)	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
ด้านราคา								
1. ความเหมาะสมของราคา	48.25 (193)	32.5 (130)	17.5 (70)	1.25 (5)	0.5 (2)	4.27	0.826	มากที่สุด
ด้านรูปแบบเสื้อผ้า								
1. รูปแบบชุดมีอัตลักษณ์ของมุสลิม	49.5 (198)	32.0 (128)	16.3 (65)	1.5 (6)	0.7 (3)	4.28	0.842	มากที่สุด
2. รูปแบบชุดตรงกับข้อกำหนดทางศาสนา	58.5 (234)	30.5 (122)	10.5 (42)	0.25 (1)	0.25 (1)	4.47	0.711	มากที่สุด
3. ประโยชน์และโอกาสการสวมใส่	56.5 (226)	35.0 (140)	8.0 (32)	0.25 (1)	0.25 (1)	4.47	0.675	มากที่สุด

1 การแปลผล ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2 การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านราคา พบว่า สตรีมุสลิมให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านราคา ความเหมาะสมของราคา มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 การให้ระดับความสำคัญกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้านรูปแบบเสื้อผ้า พบว่า สตรีมุสลิมให้ความสำคัญมากที่สุดในกับประโยชน์และโอกาสการสวมใส่ และรูปแบบชุดตรงกับข้อกำหนดทางศาสนา ในค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และรูปแบบชุดมีอัตลักษณ์ของมุสลิม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ

จากการเก็บข้อมูลช่วงที่ 1 และช่วงที่ 2 สามารถสรุปเป็นแนวทางการออกแบบตัดเย็บชุดผลิตภัณฑ์ต้นแบบสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมืองบริบทพหุวัฒนธรรมปัจจุบัน ของผู้วิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์งานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวทางการออกแบบ (ดังภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 กรอบแสดงแนวทางการออกแบบชุดต้นแบบแฟชั่นมุสลิม

จากกรอบแนวทางสำหรับการออกแบบผู้วิจัยได้สรุปโครงร่างชุดที่ต้องพึงปฏิบัติ พึงระวัง สำหรับผู้วิจัย หรือเป็นแนวทางให้กับนักออกแบบ รวมทั้งเป็นการสร้างการรับรู้ที่เข้าใจได้ต่อไปในการออกแบบ ซึ่งสิ่งที่สำคัญในหลักการของศาสนาสำหรับเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม มี 3 ข้อหลัก ๆ หรือเรียกได้ว่าเป็นแก่นสำหรับการออกแบบ คือ ไม่เน้นสัดส่วน ไม่เห็นสีผิว และไม่เกิดเสียง (สำหรับเครื่องประกอบเครื่องแต่งกายเช่น กำไล) และได้คำสำคัญ (Key Word) สำหรับนำไปสร้างแรงบันดาลใจ และกรอบแนวความคิดในการออกแบบครั้งนี้ คือ ความ

ศรัทธา ความเชื่อในหลักการศาสนา ความสุภาพเป็นบุคลิกภาพของสตรีมุสลิมส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม ความลุ่มลึกเป็นความสงบนิ่งระลึกถึงพระผู้เป็นเจ้า โดยผู้วิจัยได้ข้อสรุปในการออกแบบและวิธีการพัฒนาชุดต้นแบบ (ดังภาพที่ 3)

องค์ประกอบการออกแบบ	รายละเอียด
เรื่องราว	“THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION” ความงดงามแห่งการปกปิด ความงามแห่งความลุ่มลึก
ข้อมูลจำเพาะ	รูปแบบชุดจากชุดตะละกัง
สี	เป็นสีที่สำคัญของวัสดุที่ใช้ให้ความรู้สึกสงบ และแสดงถึงความอ่อนโยน นอกจากนี้สีของผ้าขาวและครีมยังเข้ากับสีผ้าสีอื่นๆ ได้ง่าย และมีสีแพชชั่น คือ สีน้ำตาลและสีเหลืองทอง เพื่อให้ชุดมีความสง่างาม เพื่อแสดงถึงความสง่างามของสตรี
วัสดุ	ผ้าฝ้าย ผ้าวิสโคสเรยอน คริสตัล มุก เลื่อม ปล้องอ้อย และลูกปิด
โครงร่างชุด	โครงชุดที่นำมาสร้างสรรค์งานครั้งนี้ คือ รูปทรงเอไลน์และรูปทรงสี่เหลี่ยมหน้าจั่ว ชายเสื้อและชายกระโปรงจะมีมวลไม่แน่นสัดส่วน
คอลเลกชัน	สร้างความน่าสนใจด้วยการปักมือลวดลายพรรณไม้ ให้ความทันสมัย (Modern) โครงสร้าง (Structure) ที่ไม่เน้นสัดส่วน และมีความคล่องแคล่ว

ภาพที่ 3 ข้อสรุปการออกแบบและวิธีการพัฒนาชุดต้นแบบ

การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น เป็นการประยุกต์ใช้องค์ประกอบทั้งเป็นรูปธรรมและเป็นนามธรรม ในด้านสุนทรียศาสตร์ องค์ประกอบการออกแบบ ได้แก่ แรงบันดาลใจ แนวความคิด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ และรายละเอียดการตกแต่ง ที่สอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิต พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน เพื่อให้ถ่ายทอดความรู้สึกปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี จัดอยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นเอเชีย (Generation Asia) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมืองเกิดและโตในยุคที่เอเชียมีบทบาทในตลาดโลก มีความคิดแบบหัวก้าวหน้า เป็นผู้นำในกระแสแนวโน้มต่าง ๆ รักอิสระ เลือกซื้อสินค้าที่แสดงภาพลักษณ์และบุคลิกของตน นิยมรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์แสดงถึงวัฒนธรรมร่วมสมัย ทั้งนี้แนวคิด รูปแบบ และสไตล์ที่ปรากฏในชุดต้นแบบนี้มีความสอดคล้องกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) เป็นกระบวนการทางความคิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เป็นแรงผลักดัน แรงกระตุ้นให้เกิดสิ่งใหม่ตามภาพความคิดของผู้วิจัยมองเห็นแห่งของความงามที่มีการปิดมิดชิดแต่ยังคงซ่อนความงามและการมีอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิม แรงบันดาลใจในการออกแบบงานครั้งนี้ได้มาจากความประทับใจจากการลงพื้นที่ได้เห็นสถาปัตยกรรมการตกแต่งของมัสยิด ไม่ว่าจะเป็นลวดลาย สีที่ใช้ในการตกแต่งมัสยิดให้ความรู้สึกความศรัทธา ความเชื่อ ความสงบสุข เป็นความงามแบบเรียบง่ายมีมนต์ขลัง ซึ่งสะท้อนไปถึงกลุ่มสีที่จะเลือกใช้กลุ่มสีคลาสสิก สีขาวครีม ส้มพัสด์ได้ถึงความรู้สึกความศรัทธา ความเชื่อ ความสงบสุข และความเรียบง่าย (ดังภาพที่ 4)

INSPIRATION



ภาพที่ 4 แรงบันดาลใจการออกแบบชุดต้นแบบสตรีมุสลิม

แนวความคิด การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดแนวความคิดมาจากข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1: ความศรัทธา ความสุภาพ และความลุ่มลึก จึงเป็นที่มาในการหนดแนวความคิด **“The Hidden Splendor”** คือ ความงดงามแห่งการปกปิด ความงามแห่งความลุ่มลึก โครงชุดเป็นแบบเรียบง่าย แต่สร้างความน่าสนใจจากลวดลายปักที่ได้จากทดลองในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นำมาใช้สำหรับสร้างคอลเลกชันต้นแบบในงานวิจัยครั้งนี้ (ดังภาพที่ 5)

“ THE HIDDEN SPLENDOR ”

RESPECT

HUMBLE

PRUDENT



ภาพที่ 5 แนวความคิดการออกแบบชุดต้นแบบสตรีมุสลิม

ผู้บริโภครุ่นเป้าหมาย (Target Group) ผู้บริโภครุ่นเป้าหมายในการสร้างต้นแบบครั้งนี้ คือ สตรีมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี (ร้อยละ 45.5) ซึ่งสอดคล้องกับ ไจกัณฑ์ บุรพเจตนา (2560) ที่กล่าวว่า การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะทางด้านจิตวิทยาและสังคมที่เกี่ยวกับผู้บริโภคในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ค่านิยม บุคลิกภาพ ทักษะคิด กิจกรรม ช่วงชีวิต และกลุ่มชนที่เป็นแบบอย่าง ข้อมูลในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะ เป็นการกำหนดบุคลิกภาพแตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่ม ในที่นี้เป็นข้อมูลกลุ่มคนตามเจเนอเรชั่น (Generation) หรือการแบ่งกลุ่มทางการตลาด ที่นำไปใช้ในการออกแบบ (ดังภาพที่ 6)

TARGET GROUP AND LIFT STYLE

• MUSE อายุ : 25-35 ปี อาชีพ : ลูกจ้างทั่วไป รายได้ : 10,000-20,000 บาท



• FASHIONABLE AND PRINCIPLE

ให้ความสำคัญและยึดมั่นในเรื่องการแต่งกาย รักษาเขต ศีลธรรมใจในเรือนพิธีชอบปฏิบัติตนและปฏิบัติตามศาสนา การให้ความสำคัญกับเรื่องพิธีศาสนาได้ชัดเจนหลายโอกาส มีค่านิยมการทำงานจริงจังมีศาสนา ซึ่งมีความสงบ เรียบง่าย ไม่สนใจในสิ่งฟุ้งเฟ้อหรือสิ่งที่ไม่ดีงามเพื่อความสวยงามที่ดูดีด้วยตัวคุณธรรม



• URBLE LIFE STYLE

มีความเป็นแม่บ้าน การแต่งกายรักสุขภาพ ใส่ใจอาหาร และการออกกำลังกาย มีวินัย ใช้ของมีคุณภาพและงานอดิเรกที่ง่าย ๆ ใจดีเสมอ

ภาพที่ 6 กลุ่มเป้าหมายและบุคลิกของผู้บริโภคชุดเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมต้นแบบ

แนวทางสีที่ใช้ในคอลเลกชัน สีที่ใช้ในการตกแต่งมัสยิดให้ความรู้สึกถึงความศรัทธา ความเชื่อ ความสงบสุข เป็นความงามแบบเรียบง่ายมีมนต์ขลัง โดยผู้วิจัยนำมาประกอบกับ แนวโน้มแฟชั่นสีจากองค์กร WGSN (World Global Style Network) มาใช้ในการออกแบบครั้งนี้ โดยกลุ่มสีที่เลือกใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มสีหลักของฤดูร้อน 2024 ในเฉดสี (Colour Hues) กลุ่มสีน้ำตาล (Brown) กลุ่มสีเหลือง (Yellow) และกลุ่มสีเขียว (Green) โดยใช้ความอ่อนเข้มของสีที่สัมผัสได้ถึงความนุ่มนวล ความเรียบง่าย ผู้วิจัยเลือกชุดสีนี้เพื่อนำมาออกแบบใช้สื่อสารบุคลิกภาพของผลงานให้ดูมีความศรัทธาความเรียบง่าย และมีการส่งเสริมบุคลิกให้มีความสง่างาม (ดังภาพที่ 7)

Colorways



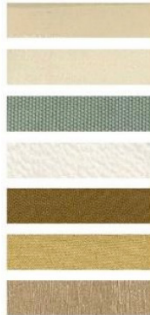
ภาพที่ 7 แนวทางสีที่เลือกใช้ในคอลเลกชัน

ผ้าที่ใช้ในการสร้างต้นแบบ กระบวนการเลือกผ้าใช้ในคอลเลกชันนี้ ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถามมาเป็นแนวทางในการเลือกใช้ผ้าครั้งนี้คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกผ้าฝ้าย (Cotton) และด้วยสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย ผู้วิจัยได้เลือกผ้าที่ทำให้ผู้สวมใส่ไม่ร้อน ระบายอากาศได้ดี ได้แก่ ผ้าที่มีส่วนผสมของโพลีเอสเตอร์ (Polyester) ไนลอน (Nylon) วิสโคสเรยอน (Viscose/Rayon) สำหรับใช้ในคอลเลกชันนี้ (ดังภาพที่ 8)

Fabrics



รูป : ภาพถ่ายผลงานออกแบบ



รูป : ภาพถ่ายผลงานออกแบบ

No.S2109/3 Composition : cotton 85% + wool 15%
หน้ากว้าง 44 inch ราคา 180 บาท / หลา

No.LD P2205/02 Composition : Cotton + Polyester +Satin
หน้ากว้าง 53 inch ราคา 180 บาท / หลา

No. T2109/01 Composition : Nylon 100%
หน้ากว้าง 59 inch ราคา 180 บาท / หลา

No. 3309S Composition : cotton 70% + Polyester 30%
หน้ากว้าง 60 inch ราคา 250 บาท / หลา

No.TFT2205/05 Composition : Nylon 100% Dyed Oxford
หน้ากว้าง 53 inch ราคา 180 บาท / หลา

No.LDP2110/04 Composition : Viscose 78% + Nylon 22%
หน้ากว้าง 55 inch ราคา 180 บาท / หลา

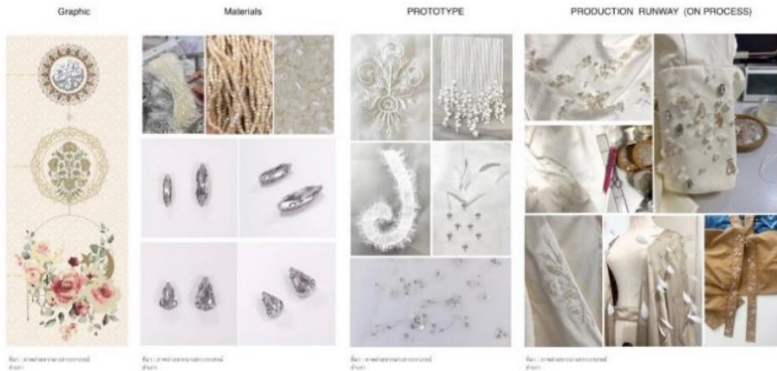
No.LDP2205/02 Composition : Cotton + Polyester +Satin
หน้ากว้าง 53 inch ราคา 180 บาท / หลา

ภาพที่ 8 ผ้าที่ใช้ในคอลเล็กชันผลงานต้นแบบ

วัสดุและเครื่องประกอบตกแต่ง วัสดุและเครื่องประกอบตกแต่งที่ใช้กับต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ในขั้นตอนออกแบบลวดลายปักจากลวดลายพรรณไม้ที่เป็นลวดลายตกแต่งในมัซยิด ซึ่งได้มีการทดลองเทคนิคการปัก สำหรับวัสดุปักจะมี มุก ลูกปัก ไหมปัก คริสตัล และขนนกเทียม (ดังภาพที่ 9)

Cristal / Beads / Feather

Embroidery



รูป : ภาพถ่ายผลงานออกแบบ

รูป : ภาพถ่ายผลงานออกแบบ

รูป : ภาพถ่ายผลงานออกแบบ

รูป : ภาพถ่ายผลงานออกแบบ

ภาพที่ 9 การเลือกวัสดุเครื่องประกอบการปัก

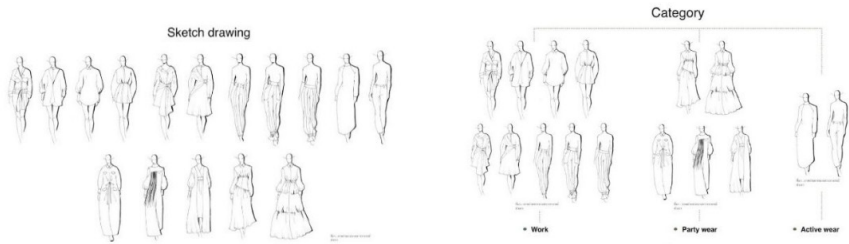
ผลงานการออกแบบลวดลายปักเฉพาะ สำหรับปักบนชุดต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม ได้แก่ กลุ่มลายพรรณไม้ ดอกไม้ เรขาคณิต โดยเลือกใช้สีโมโนโทน (Mono Tone) กลุ่มสีขาวไล่เฉดสี ซึ่งมาจากสีที่เลือกใช้ในการสร้างชุดต้นแบบ (ดังภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 การออกแบบลวดลายการปักเฉพาะของต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม

ผู้วิจัยได้ผลสรุปทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในวิถีชีวิตสังคมเมืองบริบทแพะชันปัจจุบัน New Collection คือ “THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION” ความงดงามแห่งการปกปิด ความงามแห่งความลุ่มลึก โครงชุดจะเป็นรูปแบบทรงหลวม ลวดลายการปักจะมาจากลวดลายพรรณไม้ที่ประดับตกแต่งในสถาปัตยกรรมของมัสยิด และสีที่เลือกใช้จะเป็นโทนสีคล้ายกันทั้งชุด โดยกลุ่มสีที่เลือกจะเป็นกลุ่มสีกลุ่มสีคลาสสิก สีขาวครีม ที่สัมผัสได้ถึงความนุ่มนวล ความเรียบง่าย ผู้วิจัยเลือกชุดสีนี้เพื่อนำมาออกแบบใช้สื่อสารบุคลิกภาพของผลงานให้ดูมีความเรียบง่าย นุ่มนวล และมีการส่งเสริมบุคลิกให้มีความสง่างาม นำมาสู่กระบวนการออกแบบเป็นชุดต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิม จำนวน 8 ชุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

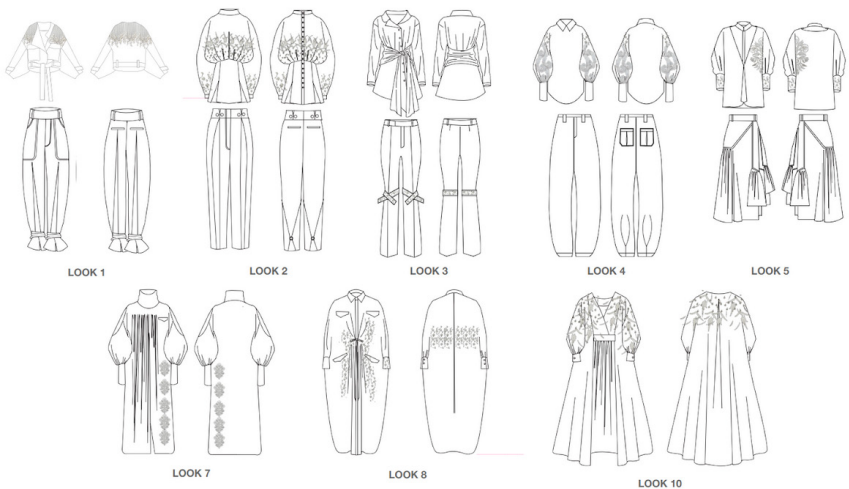
1. ออกแบบร่างทางความคิด (First Sketch) การร่างแบบด้วยมือ เพื่อถอดแบบร่างทางความคิดที่ได้ประมวลภาพต้นแบบไว้ด้วยดินสอลงบนกระดาษ โดยทั้งหมด 10 แบบร่าง (ดังภาพที่ 11 และภาพที่ 12)



ภาพที่ 11 ออกแบบร่างทางความคิด
(First Sketch)

ภาพที่ 12 แบบร่างประเภทรายการผลิตภัณฑ์
(Item Category)

2. จากแบบร่างทางความคิดทั้ง 10 แบบร่าง นำมาแก้ไขโดยอ้างอิงจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงนำไปสร้างชุดต้นแบบ จำนวน 8 ชุด สำหรับใช้เป็นชุดต้นแบบ (Prototype) ในการรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) (ดังภาพที่ 13)



ภาพที่ 13 ภาพชุดต้นแบบจำนวน 8 ชุดสำหรับใช้เป็นชุดต้นแบบ

3. การขึ้นตัวอย่างชุดต้นแบบและการนำไปรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบ ผู้ผลิต และผู้ใช้ (สตรีมุสลิม) (ดังภาพที่ 14)

PROTOTYPE



ภาพที่ 14 ชุดต้นแบบที่ตัดเย็บโดยใช้ผ้าเสมือนจริง

ขั้นตอนกระบวนการพัฒนาแบบร่าง (Develop Design Draft) ครั้งที่ 1 โดยการสร้างต้นแบบของชุดโดยใช้วัสดุที่ใกล้เคียงกับวัสดุหลักของงานวิจัย

ขั้นตอนกระบวนการพัฒนาแบบร่าง (Develop Design Draft) ครั้งที่ 2 กระบวนการนี้ได้เปิดรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มย่อย โดยให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้นำสตรีมุสลิม นักออกแบบ และผู้บริหารสตรีมุสลิมได้เลือกชุดต้นแบบที่ตรงหลักการของการแต่งกายของศาสนา สามารถสะท้อนแนวคิดฮาลาล : อุดมการณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามสู่บริบทแฟชั่นมุสลิม ในแนวความคิด “The Hidden Splendor” ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในการประชุมสนทนากลุ่มย่อย โดยการเลือกและให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำ คือ ชุดที่ถูกเลือกมากอันดับ 1 (จากภาพที่13) คือ ต้นแบบที่ 3 รองลงมาคือ ต้นแบบที่ 5 ต้นแบบที่ 2 ต้นแบบที่ 10 ต้นแบบที่ 7 ตามลำดับ จากนั้นผู้วิจัยนำมาจัดเรียงชุดต้นแบบใหม่ตามลำดับการเลือกมากไปหาน้อย (ดังภาพที่ 15)



ภาพที่ 15 ภาพร่างสำหรับนำไปตัดเย็บเป็นชุดต้นแบบสตรีมุสลิม

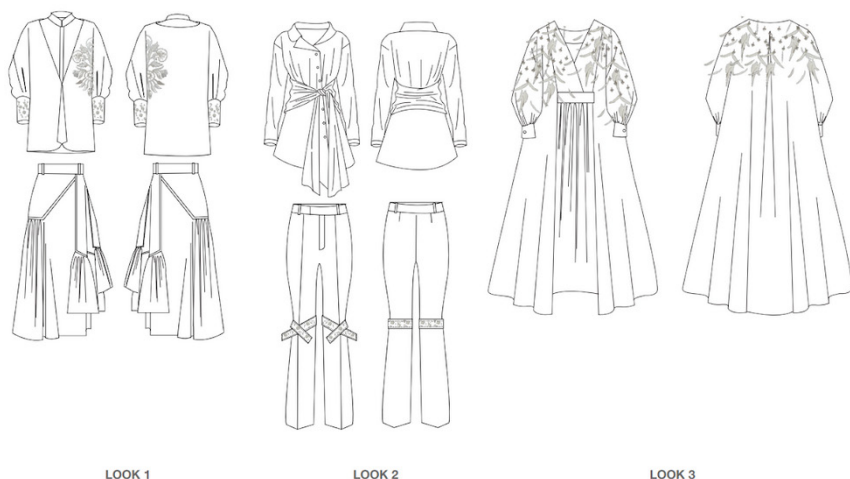
เหตุผลในการที่ชุดที่ 1 ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับ 1 คือ ชุดสามารถนำเสนอได้สื่อถึงความทะมัดทะแมง สำหรับการสวมใส่ในวิถีสังคมเมืองที่มีความเร่งรีบ ต้องใช้ความสะดวกในการสวมใส่ และชุดมีความร่วมสมัยไร้กาลเวลา คือ มีความสวยงามเหมาะแก่การสวมใส่ไปทำงานและสามารถสวมใส่ไปงานสังสรรค์หลังเลิกงานได้

เหตุผลในการเลือกชุดที่ 2 เพราะกระโปรงไม่ยาวถึงพื้น แต่อาจจะไม่ปิดเอวเราะห้หากสวมกระโปรงเพียงตัวเดียว ผู้สวมใส่จะเพิ่มการใส่กางเกงพอดี้ตัวหรือเลกกิง (Legging) ไว้ด้านใน

เหตุผลในการเลือกชุดที่ 3 เพราะเสื้อปกปิดส่วนสะโพก ไม่นั่นสัดส่วน รายละเอียดที่ปลายขามีเทคนิคที่น่าสนใจทำให้ปรับใส่ได้กับหลายชุดได้

เหตุผลในการเลือกชุดที่ 4 และชุดที่ 5 เพราะสามารถปรับเปลี่ยนสวมใส่ได้หลายโอกาส กลางวันทำงานก็ใส่ทำงานได้ และสามารถสวมใส่ไปงานสังสรรค์หลังเลิกงานได้

4. การร่างแบบครั้งสุดท้าย (Final Design) ต้นแบบชุดจริงสำหรับแฟชั่นสตรีมุสลิมในวิถีสังคมเมืองปัจจุบัน จำนวน 3 ชุด เป็นกระบวนการขึ้นผ้าจริงโดยเลือกจากแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุดโดยสรุปจากการประชุมสนทนากลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้ขึ้นผ้าจริง และการปักลวดลายพรรณไม้ โดยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสนาอิสลามเรื่องของการปัก การพิมพ์ลายลงบนเครื่องแต่งกายของชาวมุสลิมที่ไม่จำกัดว่าลวดลายอะไร แต่มีข้อห้าม คือ ห้ามเป็นลวดลายของสัตว์ทุกชนิดรวมถึงใบหน้าของมนุษย์ (ดังภาพที่ 16)



ภาพที่ 16 ภาพแสดงชุดการร่างแบบครั้งสุดท้าย

ต้นแบบชุดสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น“THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION”

ต้นแบบที่ 1



ภาพที่ 17 ภาพแสดง THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION ต้นแบบที่ 1

ต้นแบบที่ 2



ภาพที่ 18 ภาพแสดง THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION ต้นแบบที่ 2

ต้นแบบที่ 3



ภาพที่ 19 ภาพแสดง THE HIDDEN SPLENDOR COLLECTION ต้นแบบที่ 3
ที่มา: วรากรณ์ สำเนา (ผู้วิจัย)

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาลพบว่า ความสวยงามงามกับผู้หญิงเป็นของคู่กัน และเพื่อให้การสอดคล้องกับบัญญัติของศาสนา ผู้หญิงต้องสวยงามแบบมีคุณค่าและความดีงาม ควบคู่ไปกับเสน่ห์แห่งการปกปิด คือการปกปิดเอาเราะฮ์ให้ถูกต้องตามหลักศาสนานั้น คือ ความงามในบริบทฮาลาล

2. การศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีปัจจัยส่งผลต่อพฤติกรรมการแต่งกายสำหรับนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นของสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ กลุ่มช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี เป็นกลุ่มที่มีวิถีในการดำเนินชีวิตทั้งจากวัฒนธรรมของตนและความร่วมสมัยในปัจจุบัน ข้อมูลในกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะ บุคลิกของสตรีมุสลิมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นคนเรียบง่าย รูปแบบเสื้อผ้าจึงต้องมีลักษณะที่สามารถปรับให้สวมใส่ได้หลายโอกาส รูปแบบโครงร่างของชุดต้องมีลักษณะหลวมไม่เน้นสัดส่วน ทั้งนี้ต้องให้มีความร่วมสมัย โทนสีที่เลือกใช้ในคอลเลกชันนี้จะต้องเป็นโทนสีคล้ายกันทั้งชุดหรือเป็นกลุ่มสีที่ไม่ตัดกัน หรือแบบโมโนโทนที่ให้ความรู้สึกเป็นเอกภาพ และให้คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของมุสลิม สำหรับพฤติกรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่จะนำมากำหนดแนวทางการออกแบบครั้งนี้ รูปแบบประเภทของเสื้อผ้า

คือ เสื้อกับกางเกง เสื้อกับกระโปรง และชุดติดกันเป็นหลัก ทั้งนี้จากการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในสังคมเมืองอาจส่งผลต่อความคล่องตัวในการทำงาน การเดินทางในระบบขนส่งสาธารณะ เนื้อผ้าที่เหมาะสมในการทำชุดมากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย โครงชุดเป็นโครงหลวม การแต่งกายมุสลิม มีรูปแบบที่เรียบง่าย และยังคงให้ความสำคัญกับการผสมผสานศิลปวัฒนธรรมในการแต่งกาย ของสตรีมุสลิม สีที่เลือกจะเลือกสวมใส่ชุดที่มีสีคล้ายกันทั้งชุด การเลือกซื้อเสื้อผ้ายังคงอิงจาก กระแสแฟชั่น และสตรีส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า อีญาบ เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิม และมีความ สนใจในรูปแบบเสื้อผ้าที่สามารถปรับเปลี่ยนไปใช้ได้มีโอกาสต่าง ๆ เมื่อพิจารณาตามหลักการ ออกแบบและความงามได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการออกแบบซึ่งได้แก่ แรงบันดาลใจ แนวความคิด รูปร่าง รูปทรง รายละเอียดการตกแต่ง สี และวัสดุ ที่สอดคล้องกับรูปแบบวิถี ชีวิตสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน และเป็นความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายโดยผู้วิจัย ได้ศึกษารูปแบบพฤติกรรมกรรมการแต่งกายและรสนิยมของผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้เกิด คอลเลกชัน “THE HIDDEN SPLENDOR”

จากข้อมูลสรุปข้างต้น จึงเห็นได้ว่าการออกแบบสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรมไม่เพียงเป็นการวางโครงสร้างเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมที่สะท้อนวัฒนธรรมวิถี ชีวิตในบริบทแฟชั่นที่มีความร่วมสมัยเพียงอย่างเดียว ในฐานะที่ผู้วิจัยได้นำกระบวนการคิด ทางการออกแบบมาประยุกต์ใช้และพัฒนาให้เกิดรูปแบบเครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมผ่าน มุมมองความงามการดำรงอยู่ของความศรัทธาในวิถีการดำเนินชีวิตของสตรีปัจจุบัน พบว่า มุมมองความงามสามารถสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของสตรีมุสลิมได้ โดยผู้วิจัยเลือกที่จะ ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทสากล หลักการแต่งกายของศาสนาอิสลาม วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรม เพื่อนำมากำหนดแนวทางการ ออกแบบแฟชั่นของสตรีมุสลิม และออกแบบแฟชั่นการแต่งกายของสตรีมุสลิม ผ่านมุมมอง ความงามการดำรงอยู่ของความศรัทธาในบริบทปัจจุบัน ซึ่งจากพฤติกรรมกรรมการแต่งกายของ สตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสะท้อนให้เห็นรูปแบบการแต่งกายที่เปลี่ยนแปลง ไปในความร่วมสมัยมากขึ้น แต่ยังคงให้ความสำคัญในอัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิม ซึ่งเป็นการสะท้อนบริบทการแต่งกายในสังคมปัจจุบันมากขึ้น มีวิถีการใช้ชีวิตนอกบ้านและใน พื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ซึ่งต่างจากอดีต จากงานวิจัยการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายของสตรี มุสลิมครั้งนี้จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมกรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญ เรื่องหลักการแต่งกายของศาสนา เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมการแต่ง กายมาใช้ในการออกแบบ ไม่เพียงเป็นการนำโครงสร้างชุดการแต่งกายทางศาสนา (ชุดตะละ กง) มาปรับแก้ไขรูปทรงแต่สามารถนាំปัจจัยในด้านวิถีชีวิตและเอกลักษณ์อื่น ๆ เช่น ลวดลาย พรรณไม้มาเป็นลายปัก เป็นต้น ซึ่งลวดลายมีความพิเศษแตกต่างกันออกไป แต่สามารถนำมา

ปรับใช้ในการออกแบบและสร้างแนวทางการออกแบบที่มีความร่วมสมัยแต่ยังคงหลักการของศาสนา รวมทั้งเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมยังสามารถที่จะยกระดับให้เกิดเป็นอัตลักษณ์การแต่งกายสตรีมุสลิมของประเทศไทยได้

การอภิปรายผล

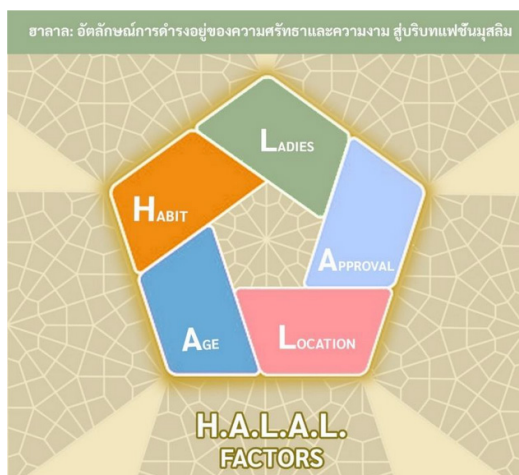
การศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทสากล เป็นการศึกษาวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกาย อัตลักษณ์การแต่งกายของสตรีมุสลิม ความสัมพันธ์ของการแต่งกายกับหลักศรัทธา การแต่งกายตามหลักคำสอนและการตีความการแต่งกายของสตรีมุสลิม ความงามในบริบทมุสลิม และอัตลักษณ์มุสลิมในกระแสเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ทั้งนี้ผลการวิจัยนำมาซึ่งเป็นแนวทางและหลักการออกแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการสร้างตราสินค้า การออกแบบสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมตามรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) จากหลักการแต่งกายของสตรีมุสลิมในบริบทสากล เป็นแนวทางในการพัฒนาไปสู่การต่อยอดธุรกิจแฟชั่นเครื่องแต่งกายมุสลิมไทย

แนวทางและองค์ประกอบการสร้างสรรคตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายมุสลิมจากอัตลักษณ์วิถีชีวิตสังคมเมืองในปัจจุบัน ประกอบด้วยปัจจัย 5 ส่วน ที่สอดคล้องกัน คือ HALAL Factors เป็นปัจจัยที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมไทย (ดังภาพที่ 20) คือ

1. **Habit:** วิถีชีวิตของสตรีมุสลิมในบริบทต่าง ๆ รวมถึงอัตลักษณ์สำคัญที่โดดเด่นไม่ซ้ำใครที่มาจากวิถีชีวิตของชาวมุสลิม
2. **Age:** อายุของกลุ่มเป้าหมายที่เราจะผลิตสินค้า หรือสร้างสรรคงานออกแบบให้ตอบสนองกับความต้องการ ปัจจัยทางอายุเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างตราสินค้า เพื่อจะได้ทราบถึงลักษณะรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิต รสนิยมความชอบ พฤติกรรมความต้องการในแฟชั่นและบุคลิกที่จะสะท้อนแฟชั่นกลุ่มเป้าหมายได้
3. **Ladies:** ผลงานที่สร้างสรรคจะต้องมีคุณสมบัติที่นอกเหนือไปจากความงามทางสุนทรียะแล้ว ยังต้องส่งเสริมคุณค่าความเป็นสตรีที่เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ของความเป็นมุสลิมซึ่งไม่เพียงแต่แสดงถึงความร่วมสมัยยังสามารถส่งต่อคุณค่าทางจารีตในฐานะปัจจัยความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรม เช่น ความเรียบร้อย (Smoothness) ความเรียบง่าย (Simplicity) ความสุข (Asymment) ความเป็นธรรมชาติ (Natural) เป็นต้น
4. **Approval:** หลักการของศาสนากับการแต่งกายสตรีมุสลิม คือ การปกปิดเอวาระห์สิ่งที่พึงปกปิด เห็นได้เพียงใบหน้าและฝ่ามือ ซึ่งในหลักการแก่นแท้ทางศาสนา คือ การทำได้

และการทำไม่ได้ มากกว่าการมีบทลงโทษทางกฎหมาย เช่น ความสงบ (Stillness) ความอิสระ (Freedom) ความสม่ำเสมอ (Regularity) ความเป็นเอกภาพ (Unity) เป็นต้น ทั้งนี้ยังรวมไปถึงในแง่ของสัญลักษณ์กับภาพแทนความหมาย (Semiotics and Visual Representation) เป็นการสื่อความหมายโดยการถอดรหัสให้วัตถุ รูปภาพ หรือสิ่งของต่าง ๆ ที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย นำมาผสมผสานกับรูปลักษณ์ความร่วมสมัยในบริบทปัจจุบัน

5. **Location:** ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย เป็นลักษณะภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ภูมิอากาศแบบนี้เป็นภูมิอากาศซึ่งไม่แห้งแล้งแต่ความชื้นสูง มีผลต่อการสวมใส่ชุดที่ปกปิดมิดชิดและการคลุมฮิญาบนั้นทำให้มีปริมาณเหงื่อ หากมีนวัตกรรม (Innovation) นำมาใช้ในการออกแบบเพื่อช่วยแก้ไขปัญหานี้ และรวมถึงนำแนวโน้มหรือกระแสนิยม (Trend) มาประกอบด้วยจะเป็นการรวบรวมหรือใช้แนวทางของกระแสนิยมแฟชั่นที่สามารถตอบสนองกับวิถีชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ๆ ได้



ภาพที่ 20 HALAL Factors

ดังนั้นในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทแฟชั่น ควรเป็นการประยุกต์ใช้องค์ประกอบทั้งที่เป็นรูปธรรมและเป็นนามธรรม ด้านสุนทรียศาสตร์ และองค์ประกอบการออกแบบได้แก่ แรงบันดาลใจ แนวความคิด รูปร่าง รูปทรง สีวัสดุ และรายละเอียดการตกแต่งที่สอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิต พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทปัจจุบัน เพื่อให้ถ่ายทอดความรู้สึกรากฐานเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและบุคลิกภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ทำให้พบปัญหาในการวิจัยและเห็นควรมีข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

- 1) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิมในบริบทฮาลาล วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีมุสลิมที่มีผลต่อพฤติกรรมนำมากำหนดแนวทางการออกแบบแฟชั่นสตรีมุสลิม ผ่านมุมมองการดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามในบริบทแฟชั่นปัจจุบัน สามารถต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมอิสลามให้มีความร่วมสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาด โดย การวิจัยครั้งนี้สามารถไปพัฒนาต่อยอดกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอื่น ๆ ได้ ด้วยหลักการ HALAL Factors เป็นการนำปัจจัยที่สำคัญในการออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจและเหมาะสมกับความร่วมสมัยในปัจจุบัน
- 2) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณทำควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบจากการวิจัย โดยกระบวนการสร้างสรรค์นั้น สามารถศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ได้ โดยให้มีความเหมาะสมใช้หลักการออกแบบและปัจจัยในการออกแบบที่เป็นแนวทางใหม่ที่ผู้วิจัยได้นิยามไว้ข้างต้นในการวิจัยอื่นได้ต่อไป
- 3) การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ลงลึกในการศึกษาตลาดลายการปักผ้าของชาวมุสลิม หากในการวิจัยต่อไปสามารถนำไปพัฒนารวบรวมภูมิปัญญาการปักผ้าแบบชาวมุสลิมไว้ให้ชนรุ่นหลังได้สืบค้น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบร่วมสมัยต่อไปก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- 1) การสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในฐานะตราสินค้าจากอัตลักษณ์ มีความจำเป็นต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคในแต่ละบริบท ในแต่ละประเทศ ที่ให้ได้ข้อมูลเชิงลึก สำหรับเป็นแนวทางการออกแบบตราสินค้าได้ตรงกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคได้
- 2) การศึกษาตลาดเฉพาะกลุ่มควรเน้นให้มีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้า เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพ และรูปแบบสินค้าของผู้บริโภคให้มากขึ้น

- 3) การใช้วัดกรรมเข้ามาร่วมกับงานสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภทได้

การศึกษาวิจัยในอนาคต

- 1) งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการดำเนินการเก็บรวบรวมเฉพาะข้อมูลของสตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยสตรีชาวมุสลิมในพื้นที่อื่นของประเทศไทยด้วย
- 2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของสตรีมุสลิมในแต่ละภูมิภาค เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาการแต่งกายของสตรีมุสลิมให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- 3) ควรมีการสำรวจ รวบรวม ลวดลายปักของชาวมุสลิม เพื่อขยายขอบเขตในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบศิลปะเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องได้ต่อไป และเป็นการอนุรักษ์ลวดลาย เทคนิคการปัก วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปักต่อไป

รายการอ้างอิง

- กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *การสำรวจสถานะทางสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพจิต พ.ศ.2561*. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- ใจภักดิ์ บุรพเจตนา. (2560). *แรงบันดาลใจสู่การออกแบบแฟชั่น*. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พรินติ้งจำกัด.
- นริศรา สื่อไพศาล. (2558). *ผู้หญิงมุสลิมในยุคโลกาภิวัตน์: ดีความและ दौरान, ศรัทธาและความเปลี่ยนแปลง*. <https://prachatai.com/journal/2015/12/63168>
- วาทีณี บุญชะลิกษ์. (2562). *ประชากรโลกกับการนับถือศาสนา. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล*. <https://www.theprachakorn.com/newsDetail.php?id=192>
- ฮาฟิส สาและ (2557). *โลกาภิวัตน์กับการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์มุสลิม: พลวัตของกระแสอิสลาม ‘บริสุทธิ’ ในสังคมมุสลิมไทย คนหนุ่มสาวมุสลิมกับโลกสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: คณะทำงานวาระทางสังคม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Hassan, Siti Hasnah:Harun, Harmimi. (2016). *Factors influencing fashion consciousness in hijab fashion consumption among hijabistas. Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 476-494. https://www.researchgate.net/publication/310834196_Factors_influencing_fashion_consciousness_in_hijab_fashion_consumption_among_hijabistas

